# *оранка культурой...*

## *оценка влияния качества обслуживания населения учреждениями культуры и искусства на развитие человеческого капитала региона*

Аннотация

*Статья посвящена краткому обзору методов оценки качества обслуживания. Автор статьи предлагает методику, оценивающую влияние качества обслуживания населения учреждениями культуры и искусства на развитие человеческого капитала региона.*

***Ключевые слова***: методика расчета индекса удовлетворенности потребителей, методика «SERVQUAL», мониторинг культурных потребностей

На сегодняшний день многие специалисты заняты поиском инструментов повышения уровня регионального развития. В связи с этим выясняется, что в региональном развитии не менее важными, чем экономические показатели, являются показатели социальные: уровень здоровья населения, степень его образованности, качество обслуживания учреждениями культуры, доступность их услуг и др. Эти показатели, формирующие человеческий капитал, характеризуют уровень жизни населения и способствуют уровню развития любого региона.

### *Способы оценки качества услуг*

В мировой практике имеется множество теоретических наработок отечественных и зарубежных авторов по теме качества услуг, его оценке и обеспечении. Данная проблема освещена в международных стандартах ISO серии 9000 и в российской системе стандартов [1, 2].

Наиболее распространенным способом сбора необходимых для анализа данных об отношении к предоставляемым услугам является *анкетирова-*

***Стеценко Юлия Сергеевна***
*аспирантка, кафедра «Менеджмент», Дальневосточный государственный университет путей сообщения*
usstetsenko@mail.ru

***сегодня не должно возникать сомнения в том, какова значимость учреждений сферы культуры и искусства в развитии человеческого капитала***

*ние* или *опрос* потенциальных и реальных потребителей.

Среди подобных методов распространение получила методика расчета индекса удовлетворенности потребителей (Customer Satisfaction Index – CSI), разработанная специалистами Стокгольмской школы экономики. Рассчитываемый с помощью метода личного интервьюирования и используемый в качестве одного из параметров долгосрочного прогноза рыночной ценности отраслей и экономики в целом, данный индекс способствует выявлению причины и факторов удовлетворенности потребителей и их лояльности. Главным отличием данного метода оценки является источник получения информации: заполнение анкеты осуществляется не потребителем, а специалистами службы качества по результатам регулярных рейдов по учреждениям с последующей выработкой системы мероприятий по устранению выявленных проблем. Вместе с тем, анкетирование вызывает неоднозначность некоторых вопросов с точки зрения опрашиваемых, а также сложности оценки предлагаемых параметров по шкале. Также данный метод обладает низкой результативностью по причине недостоверности получаемых данных от респондентов, их искажения [4]. Тем не менее, на наш взгляд, проведение подобного анкетирования потребителей можно рассматривать как дополнительный источник информации.

За рубежом задача повышения качества и доступности услуг в большинстве своем решается с помощью *мониторинга* – инструмента, позволяющего регулярно оценивать удовлетворенность потребителей услуг. Следует понимать, что удовлетворенность потребителей, как более широкое понятие, включает в себя сущность качества самого обслуживания [3].

### *Мониторинг качества услуг*

С 2005 года Министерство культуры России в целях обеспечения федеральных органов исполнительной власти и широкой общественности информацией ведет мониторинг удовлетворенности населения качеством и доступностью государственных учреждений в сфере культуры. Цель мониторинга заключается в выявлении наиболее значимых, с точки зрения потребителей услуг учреждений культуры, факторов, определяющих качество этих

культура.

услуг, а также в определении аспектов деятельности учреждений, дающих наиболее высокие или низкие показатели удовлетворенности.
Исследование состоит из двух видов опроса:
1) посетителей учреждений культуры;
2) работников учреждений культуры.
Предполагается, что внедрение системы мониторинга культурных потребностей населения обеспечит установление постоянной обратной связи между органами управления культуры, учреждениями культуры и населением региона. Это позволит повысить эффективность управления культурными процессами и адресность предоставляемых услуг [5].
Большинство авторов специальной литературы по проблеме оценки качества услуг сходятся во мнении, что наиболее полезным и эффективным является *использование методики «SERVQUAL»* (аббревиатура от «service quality» или «качество услуги»). Цель данной методики – преодолеть сложности перевода абстрактных рассуждений о качестве обслуживания в конкретные управленческие решения по улучшению качества услуг. Она дает общее представление о качестве обслуживания, позволяет определить направления повышения эффективности деятельности обслуживающего персонала с учетом ожиданий и предпочтений потребителей [7]. Методика «SERVQUAL» часто берется за основу при разработке других методик оценки качества обслуживания (например, SERVPERF, разработанной Кронином и Тэйлором, методики Ли [9], методики Авкирана [8]).
Нами также считается целесообразным использование данной методики в качестве основы при оценке влияния качества обслуживания населения учреждениями культуры на развитие человеческого капитала региона.

### *Показатель качества*

Сегодня не должно возникать сомнения в том, какова значимость учреждений сферы культуры и искусства в развитии человеческого капитала. В процессе предоставления обществу социально-культурных услуг они способствуют обеспечению полноценной интеллектуальной, эмоциональной, нравственной и духовной жизни, создавая, формируя и развивая общество и отдельно взятую личность [6]. Именно из этих соображений современному обществу необходимо акцентировать свое внимание на значимости

***одной из составляющих затрат, направленных на развитие человеческого капитала, являются инвестиции в качественное обслуживание учреждениями культуры и искусства***

услуг культуры, а учреждениям культуры и искусства, в свою очередь, выявлять и повышать *факторы, влияющие на качество обслуживания населения.*

Основными критериями предлагаемой методики оценки влияния качества обслуживания на развитие человеческого капитала являются:

- простота сбора сведений и интерпретация показателей;
- возможность объективной оценки субъективных факторов;
- низкая ресурсозатратность.

В соответствии со спецификой деятельности учреждений культуры и искусства, их разновидностей услуг и социальных задач на первоначальном этапе необходимо выявить основные блоки базовых услуг по каждому типу учреждения культуры и искусства.

Выявив факторы, оказывающие влияние на качество обслуживания, для каждого вида услуг определяются группы наиболее значимые четыре показателя оценки Q (показатели доступности и комфортности – Д, информационные – И, профессиональные – Проф, претензионные – Прет). Все эти показатели являются цифровым выражением состояния качества. Каждый из них состоит из четырех-пяти подкритериев. Таким образом, четыре показателя качества Q разбиты в целом на 22 подкритерия.

После этапа определения критериев в каждой группе показателей проводится детализация этих же четырех групп показателей в соответствии с принятыми в стандарте нормативами.

Далее для каждого подкритерия предлагаются варианты оценки по пятибалльной шкале («полностью не согласен» – «полностью согласен»).

Затем на основе сформированных анкет для проведения мониторинга проводится опрос из числа настоящих или недавних пользователей исследуемой услуги. Респондентов просят оценить свое восприятие тех же критериев качества услуги, но уже в конкретном обследуемом учреждении. Затем потребителей с помощью аналогичной шкалы просят высказать свои общие ожидания относительно вышеперечисленных показателей качества услуги.

Далее проводится расчет средних оценок по каждой из 4 групп показателей. С этой целью необходимо рассчитать обобщенную оценку качества рассматриваемой услуги:

культура

1) расчет коэффициентов показателей качества по каждому из 22 подкритериев путем вычитания 22 полученных рейтингов ожидания из 22 полученных рейтингов восприятия потребителями;
2) группировка коэффициентов показателей с помощью метода средних значений в 4 коэффициента качества по формуле:

$$Q_i = B_i - O_i,$$

где $i$ – стимул ($i = 1...22$); $B_i$ – уровень (оценка) воспринятой услуги по первым факторам (т. е. по $Д_1$, $И_1$, $Проф_1$, $Прет_1$); $O_i$ – уровень (оценка) ожидаемой услуги по первым факторам.
3) Расчет средних коэффициентов качества по каждому из 4 показателей:

$$Q_i \ (j = 1...5),$$

где $j$ – критерий оценки качества.
С помощью метода средних значений средние значения по 22 критериям группируются в общий коэффициент качества услуги в обследуемом учреждении, далее выводится общий коэффициент качества обслуживания учреждением в целом.
Затем рассчитывается региональный коэффициент качества обслуживания населения учреждениями культуры и искусства:

$$Q_p = \sum Q_n,$$

где ($n = 1...N$) – число учреждений культуры и искусства региона, подверженных оценке качества обслуживания; $Q_n$ – общий коэффициент качества обслуживания по каждому исследуемому учреждению культуры и искусства региона.
Заключительным этапом измерения качества является подготовка рекомендаций повышения качества исследуемой услуги или обслуживания учреждением в целом.

***Толкование результатов...***
Результаты исследования качества с помощью данной методики интерпретируются следующим образом:

• нулевое значение какого-либо из коэффициентов качества означает совпадение уровня ожидания качества и уровня восприятия качества по этому критерию или подкритерию;
• отрицательные значения указывают на то, что уровень ожиданий превышает уровень восприятия;
• положительные значения указывают на то, что восприятие качества выше уровня ожиданий.

Этапом оценки влияния качества обслуживания населения учреждениями культуры и искусства на развитие человеческого капитала региона является:
1) определение затрат, необходимых для обеспечения качественного обслуживания населения учреждениями культуры и искусства региона;
2) ценовая оценка регионального человеческого капитала по объему инвестиций:

$$ЧК_р = \sum И_п,$$

где $ЧК_р$ – региональный человеческий капитал;

$\sum И_п$, – сумма затрат (инвестиций), направленных на развитие регионального человеческого капитала.

К таким инвестициям относятся затраты, направленные на:
• культуру и искусство,
• поддержание здоровья,
• получение общего или специального образования,
• информационное обслуживание,
• рождение и воспитание детей,
• поиск приемлемой информации о заработках,
• миграцию населения,
• науку,
• инновации,
• безопасность,
• формирование элиты.

Из приведенной формулы следует, что одной из составляющих затрат, направленных на развитие человеческого капитала, являются инвестиции в качественное обслуживание учреждениями культуры и искусства. Следует отметить, что формирование и развитие качественного человеческого капитала возможно только при комплексном подходе, когда формируются все затраты, направлен-

***рассматриваемая в статье методика позволяет определить стратегию и тактику управления учреждениями, выявить «проблемные» места в обслуживании, снижающие общую оценку качества работы учреждений сферы культуры в целом***

культурой...

ные осуществление качественного обслуживания населения различными видами учреждений. Низкое качество обслуживания населения или отсутствие инвестиций в какое-либо из направлений резко снижает общее качество регионального человеческого капитала.

### *Вывод*

Данная методика не является фиксированным инструментом для оценки влияния качества обслуживания населения учреждениями культуры и искусства на развитие человеческого капитала, и ее содержание требует постоянного пересмотра критериев и нормативов (при оценке качества обслуживания) по мере достижения определенных этапов развития. Однако преимущества данной методики позволяют решать многие актуальные управленческие задачи.

Она предполагает комплексный характер рассмотрения качества базовых услуг учреждений культуры и искусства, а также качества обслуживания в целом, с учетом позиций потребителя, современных профессиональных требований и факторов, влияющих на качество.

Ее применение способствует определению реально достижимых нормативов стандарта деятельности учреждений сферы культуры и искусства конкретного региона и позволяет определить стратегию и тактику управления учреждениями, выявить «проблемные» места в обслуживании, снижающие общую оценку качества работы учреждений сферы культуры в целом.

### *Литература*

1. ГОСТ 30335-95/ГОСТ Р 50646-94. Услуги населению. Термины и определения. Межгосударственный стандарт. – URL: http://sklad-zakonov.narod.ru/gost/Gr50646-94.htm.

2. ГОСТ Р 52113-2003 Услуги населению. Номенклатура показателей качества. Национальный стандарт РФ. – URL: http://sklad-zakonov.narod.ru/gost/Gr52113-2003.htm.

3. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Пер. с фр.- СПб.: Наука, 1996.

4. Пономарева Т.А. Качество услуг: качественные параметры оценки / Т.А. Пономарева, М.С. Супрягина //

Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. – № 1 (45). – С. 47–58.
5. Сидоренко С.В., Тарасова Н.А. Оценка удовлетворенности потребителя качеством и доступностью услуг культуры. –– URL: http://www.inesp.ru/directions/social/publications/publications_detail.php?ID=678.
6. Стеценко Ю.С. Роль учреждений культуры и искусства в развитии человеческого капитала / Ю.С. Стеценко // Креативная экономика. – 2010. – № 3. С. 99-105.
7. Федоськина Л.А. Методика «SERVQUAL» как инструмент повышения инновационной активности в организациях сферы услуг / Л.А. Федоськина // Креативная экономика. – 2008. – №3. – С. 77.
8. Avkiran, N.K. Developing an instrument to measure customer service quality in branch banking / N.K. Avkiran // InternationalJournal of Bank Marketing. – 1994. – Vol. 12. – №6. – С. 10-18.
9. Lee H., Lee Y., Yoo D. The determinants of perceived service quality and its relationship with satisfaction / H. Lee, Y. Lee // Journal of Service Marketing. – 2000. – Vol. 14, № 3. – С. 217-231.

КЭ

***Yulia S. Stetsenko***
*Postgraduate, Chair of Management, Far Eastern State University of Communication Lines*

**Assessment of the influence of the cultural and art establishments' service quality on the development of the human capital of the region**

Abstract

*The article is devoted to the brief review of service's quality assessment methods. The author offers methods that let to assess influence of the cultural and art establishments' service quality on the development of the human capital of the region.*

***Keywords:*** methods of calculation of consumer's satisfaction, methods "SERVQUAL", monitoring of the cultural needs